

JUDUL

Nama Bisnis:

Dirancang Oleh : (Nama Tim)

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| <p align="center">Key Partners</p> <p>Menyebutkan siapa saja yang akan bekerja sama dengan bisnis yang akan dilakukan (mitra) serta menjelaskan fungsi partner yang dipilih. <i>Key Partnership</i> digunakan untuk menguatkan dan menstabilkan bisnis agar usaha selalu stabil. Contoh : Penjual bahan baku, penjual alat, dl</p> | <p align="center">Key Activities</p> <p>Menuliskan dan menjelaskan aktivitas penting dalam menjalankan bisnis. <i>Key Activities</i> merupakan kegiatan-kegiatan yang menunjang keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Contoh: bagaimana cara agar proses produksi terus berjalan, membina hubungan, dan menyampaikan produk ke tangan konsumen.</p> | <p align="center">Unique Value Proposition</p> <p><i>Value propositions</i> (nilai tambah yang dierikan kepada para pelanggan) terdiri dari produk dan jas yang dapat menambah nilai tambah kepada segmentasi yang spesifik. Bagi pelanggan, <i>value propositions</i> terwujud dalam bentuk pemecahan masalah yang dihadapi atau terpenuhinya kebutuhan konsumen. <i>Value propositions</i> berisi kelebihan suatu produk/jasa yang menjadikan alasan mengapa pelanggan lebih memilih produk atau jasa yang ditawarkan daripada produk/jasa lain. <i>Value propositions</i> bersifat inovatif yang menawarkan hal yang baru ataupun modifikasi dari produk/jasa yang sudah berada dipasaran.</p> | <p align="center">Customer Relationship</p> <p>Menjelaskan bagaimana perusahaan berkomunikasi (berhubungan), membina hubungan, dan membangun loyalitas dengan konsumen. <i>Customer relationship</i> juga membantu konsumen dalam memperoleh produk/jasa yang ditawarkan. Contoh : Layanan Pelanggan, dll</p> | <p align="center">Customer Segment</p> <p>Menjelaskan karakteristik segmentasi pasar yang akan menjadi target penjualan produk atau jasa. Segmentasi merupakan pengelompokan individu menjadi beberapa kelompok atau kategori yang memiliki ciri-ciri, perilaku, atau karakteristik yang relatif sama jika dibandingkan dengan yang lainnya. <i>Customer Segments</i> berisi pihak yang menggunakan/membeli barang (produk)/jasa dari perusahaan yang dijalankan atau pihak yang berkontribusi dalam memberikan <i>income</i> kepada perusahaan. Hal ini akan mempermudah dalam melakukan analisis lebih lanjut guna menentukan segmen pasar yang tepat. Contoh mahasiswa, ibu rumah tangga, dl</p> |
| <p align="center">Key Resources</p> <p>Menyebutkan dan menjelaskan sumber daya yang penting yang dibutuhkan agar bisnis dapat berjalan. <i>Key resources</i> dapat berupa benda fisik, finansial, intelektual, maupun manusia. <i>Key resources</i> dapat dimiliki oleh perusahaan maupun kerjasama dengan <i>key partners</i>. Contoh alat yang diperlukan, Sumber Daya Manusia, dll</p> | | | <p align="center">Channels</p> <p><i>Channels</i> termasuk semua entitas yang dapat digunakan untuk mengirimkan <i>Value propositions</i> anda kepada <i>customer segment</i> yang telah ditentukan. Atau dengan kata lain cara anda bagaimana mengantarkan produk atau jasa kepada konsumen. Contoh : mendirikan outlet, promosi melalui media sosial, membuat aplikasi, dll.</p> | |
| <p>Cost Structure</p> <p>Menuliskan dan menjelaskan hal-hal apa saja yang menjadi biaya atau beban utama bagi perusahaan. Selain itu, <i>cost structure</i> berisi semua rincian biaya yang muncul atau dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis ini. Contoh : biaya riset, biaya operasional, promosi, gaji pegawai, dll.</p> | | | <p>Revenue Streams</p> <p><i>Revenue streams</i> menggambarkan bagaimana perusahaan akan mendapatkan pemasukan dari segment pasar yang telah ditetapkan. Seberapa banyak saluran pendapatan yang bisa dimanfaatkan dan bagaimana mekanisme pendapatan tercipta.. Contoh : <i>franchise</i>, sewa, berlangganan, cash, credit, dan sebagainya.</p> | |